

BAB II

GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

Penelitian manajemen *Public Relations* untuk membentuk citra Yogyakarta sebagai kota pariwisata ini dilakukan di Jogja Gallery. Sebuah galeri seni yang terletak di pusat kota, Alun-Alun Utara Yogyakarta. Berangkat dari kecintaan akan karya seni seniman asal Yogyakarta yang dapat membawa nama kota Yogyakarta ke tingkat nasional dan internasional, dibangunlah sebuah galeri bernama Jogja Gallery. Bangunan Jogja Gallery adalah bangunan yang dulu sempat digunakan sebagai bioskop bernama Soboharsono. Gedung bioskop Soboharsono merupakan aset sejarah kota Yogyakarta yang kaya dengan kebudayaan Yogyakarta. Kebudayaan Yogyakarta tercermin dari fisik bangunan yang menyerupai Joglo dan bernuansa Keraton Yogyakarta, karena seluruh pilar-pilar kayu tersebut dicat menggunakan warna hijau tua seperti pilar-pilar di Keraton Yogyakarta. Dengan dibangunnya Jogja Gallery, diharapkan dapat menampilkan karya seni khas seniman Yogyakarta yang berkualitas tinggi dan juga diharapkan mampu mendukung pariwisata di Yogyakarta. Dalam BAB II ini akan memaparkan gambaran umum tentang Jogja Gallery yang terdiri dari:

- A. Sejarah Jogja Gallery
- B. Koleksi Jogja Gallery
- C. Tujuan Pemugaran Gedung Bioskop Soboharsono menjadi Jogja Gallery
- D. Struktur Organisasi Jogja Gallery

A. Sejarah Jogja Gallery

Jogja Gallery adalah galeri seni yang berdiri pada 19 September 2006, yang berlokasi di Jalan Pekapalan No 7 Alun-Alun Yogyakarta. Berangkat dari kecintaan akan karya seni para seniman lokal Yogyakarta, dibangunlah sebuah galeri seni sebagai tempat untuk menampilkan hasil karya seni tersebut yang berupa patung, lukisan, maupun foto. Munculnya Jogja Gallery memberikan nuansa khas kota Yogyakarta, yaitu sebagai kota seni. Karya seni yang dipamerkan di Jogja Gallery diharapkan dapat mengenalkan kota Yogyakarta sebagai kota seni yang memiliki karya seni berkualitas tinggi. Selain mengenalkan karya seni seniman lokal, Jogja Gallery juga ikut melestarikan kebudayaan kota Yogyakarta melalui bangunannya. Bangunan tersebut adalah bangunan yang dulu dipakai sebagai gedung bioskop bernama Soboharsono. Gedung tersebut tidak dipugar dan tetap dijaga keasliannya, karena gedung bioskop Soboharsono termasuk aset kota Yogyakarta yang patut dilestarikan.

Kebudayaan kota Yogyakarta terlihat dari bangunan Jogja Gallery yang menyerupai Joglo rumah khas kota Yogyakarta. Seluruh pilar-pilar kayu di Jogja Gallery dicat warna hijau tua seperti pilar-pilar kayu Keraton Yogyakarta. Pada bagian bawah dan atas pilar terdapat ukiran-ukiran khas kota Yogyakarta. Lantai *lobby* Jogja Gallery juga tidak diganti lantai yang bercorak modern, melainkan lantai asli dengan corak batik warna merah tua. Di ruang rapat yang terletak di lantai dua terdapat lukisan Sri Sultan Hamengku Bowono X, menambah nuansa kebudayaan kota Yogyakarta yang sangat khas mengingat Sri Sultan Hamengku Buwono X sebagai Gubernur dan Raja yang dicintai rakyat Yogyakarta.

Kebudayaan kota Yogyakarta yang terlihat dari bangunan Jogja Gallery, serta karya seni seniman lokal yang dipamerkan adalah bentuk perpaduan antara seni dan budaya Yogyakarta melalui kehadiran Jogja Gallery. Seni dan budaya akan mendukung pariwisata yang ada di Yogyakarta. Pariwisata kota Yogyakarta akan terlihat melalui obyek wisata yang memiliki kekuatan seni dan budaya khas Yogyakarta. Dengan adanya Jogja Gallery diharapkan membawa dampak positif bagi pariwisata di Yogyakarta yaitu, ikut mempublikasikan kekayaan budaya dan seni kepada publik nasional dan internasional.

Jogja Gallery adalah sebuah galeri seni yang mengangkat kebudayaan kota Yogyakarta melalui logo Jogja Gallery yang mirip dengan logo kota Yogyakarta. Berikut adalah logo Jogja Gallery dan penjelasannya:



Gambar 1: Logo Jogja Gallery

Sumber: *Company Profile Jogja Gallery*

Siluet yang menyerupai gunung tersebut adalah gambaran dalam berkesenian antara seniman atau pelaku seni dalam menjaga kota Yogyakarta sebagai kota seni dan budaya. Warna emas pada logo melambangkan kewibawaan dan derajat yang tinggi, artinya tidak hanya karya seni yang berkualitas tinggi dengan derajat yang tinggi, namun juga ikut mengenalkan kota Yogyakarta secara

nasional dan internasional. Bulatan di tengah adalah lambang kebulatan tekad para seniman untuk berkiprah dalam dunia seni. Tiga cahaya adalah gambaran dari dua seni (lukis dan patung) yang bersinar menerangi kota Yogyakarta dan satu cahaya untuk kepentingan masyarakat umum. Kebudayaan dan seni yang berpadu tersebut menjadi bekal dalam mendukung kota Yogyakarta sebagai kota pariwisata.

Untuk dapat mendukung kota Yogyakarta sebagai kota pariwisata, dibutuhkan manajemen dalam Jogja Gallery melalui program-program yang mendukung kota Yogyakarta sebagai kota pariwisata. Program yang mendukung pariwisata tersebut berupa pameran. Pameran adalah kegiatan yang menampilkan karya seni berupa patung, lukisan, foto dari seniman Yogyakarta. Tema dari pameran juga mendukung pariwisata di Yogyakarta, seperti pameran foto gunung Merapi pasca meletus November 2010. Tema-tema yang terkait kota Yogyakarta ikut mendukung obyek wisata yang ada di Yogyakarta seperti Gunung Merapi. Dengan melihat hasil foto saat pameran, masyarakat akan tertarik mengunjungi obyek wisata Gunung Merapi, terutama bagi masyarakat yang belum pernah mengunjungi Gunung Merapi. Jogja Gallery juga merepresentasikan logonya yang mirip logo kota Yogyakarta, agar logo kota Yogyakarta tersebut terjaga melalui karya seni yang ditampilkan di Jogja Gallery. *Leaflet* yang dibuat juga berbentuk logo yang sama untuk membentuk citra sebuah obyek wisata yaitu Jogja Gallery. Bangunan Jogja Gallery yang tidak diperkenankan untuk dipugar juga menjadi bukti bahwa Jogja Gallery merupakan obyek wisata yang mengusung kebudayaan khas Yogyakarta.

Manajemen Jogja Gallery yang terdiri dari Direktur Eksekutif, Manager Keuangan, Operasional, Manager Humas dan Manager Pameran dan litbang bekerjasama dalam menciptakan manajemen dalam menciptakan program menarik untuk mengenalkan karya seni seniman lokal. Humas atau *Public Relations* Jogja Gallery memiliki tugas dalam menyusun tahapan-tahapan manajemen. Dalam tahapan manajemen *Public Relations* terdapat empat tahapan yang dimulai dari riset yaitu metode pengumpulan data berupa wawancara tidak terstruktur. Wawancara tersebut merupakan metode riset formal. Riset formal lainnya berupa analisis kliping berita. Untuk riset informal berupa penyimpanan dokumen, dan pemantauan *website*, *facebook*, serta *e-mail* resmi Jogja Gallery. Tahapan kedua adalah perencanaan adalah teknik pemilihan media cetak dan elektronik yang digunakan *Public Relations*, perencanaan program berupa pameran, program bagi komunitas. Tahapan ketiga adalah aksi dan komunikasi berupa aktivitas *media relations* yang terdiri dari aktivitas *media relations* yang dilakukan (*press release*, *press conference*, *personal contact*). *Public Relations* Jogja Gallery juga membuat *communication kit* yaitu kemasan yang berisi *leaflet* dan katalog gratis bagi pengunjung yang datang saat pembukaan pameran. Untuk rekan pers yang datang saat pembukaan pameran juga diberikan *leaflet*, katalog, dan *press release*. *Communication kit* adalah alat komunikasi untuk menyampaikan pesan kepada publik terkait pameran yang sedang berlangsung di Jogja Gallery. Tahapan keempat adalah evaluasi yang dilakukan berupa evaluasi secara total mulai dari persiapan pembukaan pameran hingga pameran berlangsung dan berakhirnya pameran.

B. Koleksi Jogja Gallery

Sebagai wadah atau tempat yang memamerkan karya seni patung, lukis, foto, Jogja Gallery mengutamakan karya seni pilihan dari seniman asal Yogyakarta. Alasan lebih banyak memamerkan karya dari seniman Yogyakarta supaya karya seni tersebut memiliki daya tarik bagi publik, dan mendorong pariwisata Yogyakarta melalui seni. Selain karya seni, Jogja Gallery juga menjaga kelestarian gedung yang pernah digunakan sebagai gedung bioskop Soboharsono. Hal tersebut diwujudkan dengan tetap memakai gedung yang gaya dan desainnya tidak dirubah atau dipugar. Seluruh ruangan di Jogja Gallery adalah ruangan yang sama persis bentuknya dengan gedung bioskop Soboharsono tanpa direnovasi, namun hanya mengecat dinding ruangan dan pilar kembali supaya terlihat lebih bersih dan asri. Berikut adalah koleksi yang ditampilkan di Jogja Gallery:

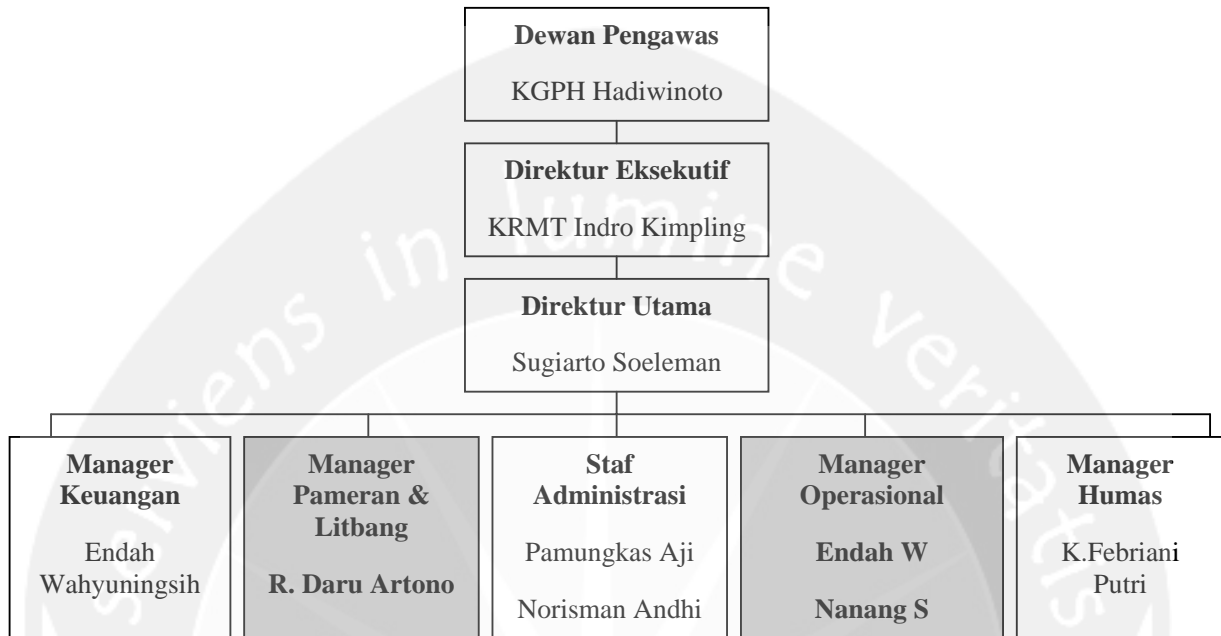
- a. Mengutamakan karya-karya seni lukis dan seni kriya seniman lokal Yogyakarta yang memiliki kualitas terpilih.
- b. Menampilkan koleksi bertaraf dunia, lukisan dan patung dari para seniman.
- c. Menampilkan barang-barang berkaitan dengan eks Gedung Bioskop Soboharsono.

C. Tujuan Pemugaran Soboharsono Menjadi Jogja Gallery

Setelah gedung bioskop Soboharsono dipugar, Jogja Gallery muncul sebagai galeri seni di Yogyakarta yang ingin mendorong pariwisata melalui karya seni yang dipamerkan. Meskipun ada perbedaan fungsi yaitu sebagai gedung bioskop dan kemudian menjadi galeri seni, Jogja Gallery tetap harus menjaga dan melestarikan gedung dengan tidak memugar atau merenovasi kembali. Sebagai galeri seni Jogja Gallery ingin mempromosikan kebudayaan dan kekayaan seni yang ada di Yogyakarta melalui karya seni patung, lukisan dan foto. Berikut adalah tujuan dipugarnya gedung bioskop Soboharsono menjadi Jogja Gallery:

- a. Menjaga dan melestarikan gedung bioskop Soboharsono sebagai salah satu aset sejarah Yogyakarta.
- b. Membangun galeri seni bertaraf internasional pertama di daerah ini yang akan mendukung Yogyakarta sebagai kota seni.
- c. Mempromosikan kebudayaan dan kekayaan seni Yogyakarta kepada publik nasional dan internasional.

D. Struktur Organisasi Jogja Gallery



Gambar 2: Struktur Organisasi Jogja Gallery

Sumber: *Company Profile Jogja Gallery*

Divisi yang mendapat arsir warna abu-abu di atas adalah divisi yang memberikan data-data terkait informasi manajemen *Public Relations* Jogja Gallery untuk mendukung Yogyakarta sebagai kota pariwisata. Kedua divisi tersebut memiliki otoritas dan kemampuan dalam menjawab pertanyaan melalui proses wawancara. Manager Pameran dan Litbang memberikan kontribusi dalam menjawab metode riset yang digunakan oleh Jogja Gallery. *Public Relations* memberikan informasi terkait tahapan-tahapan manajemen *Public Relations* mulai dari riset, perencanaan, aksi dan komunikasi, serta evaluasi. Karena penelitian ini berjudul manajemen *Public Relations*, seluruh pertanyaan dan dokumen (*leaflet*,

release, poster, data-data jurnalis *media partner*, foto, katalog) diperoleh atas ijin dari kedua divisi tersebut.

Divisi pameran dan *Public Relations* bekerjasama dalam mengumpulkan data melalui riset (wawancara, analisis kliping, analisis *facebook*, *e-mail*), merencanakan program pameran selama satu tahun, menjalankan program pameran baik yang memiliki tema tentang pariwisata kota Yogyakarta maupun tema bebas lainnya, menjalankan program lomba seni lukis untuk komunitas Jogja Gallery, bekerjasama dengan rekan media dalam mempublikasikan kegiatan pameran, mendesain alat pendukung publikasi seperti *leaflet*, poster, katalog. Dan mengevaluasi seluruh kinerja yang dilakukan karyawan selama persiapan pameran hingga berakhirnya pameran. Selama pencarian data, hanya dua divisi tersebut yang menjadi sumber data melalui wawancara, dan sumber data pendukung lainnya berupa *leaflet*, *release*, poster, data-data jurnalis *media partner*, foto, katalog.